



出版发行业的人工智能有多“能”

□本报记者 左志红

生成式人工智能的发展,为各行各业的数字化转型注入了强大的动力,对出版发行业来说也不例外。10月18日,由北京师范大学新闻传播学院主办,国家新闻出版署出版业科技与标准重点实验室出版业用户行为大数据分析与应用重点实验室、北京师范大学数字出版研究院承办的“出版、发行与大模型应用高端论坛”在北京举行。在当天上午的高端论坛以及下午的分论坛上,专家学者通过专题报告发布、自由发言等形式,围绕AI(人工智能)大模型在出版发行业的应用进行了深入交流。

深思考 AI出现后出版的定位与未来

“AI大模型作为有史以来第一个可以与人类对话的‘人造物种’,成为新一代人工智能发展的高地,正在推动出版传媒生态的变革。”北京师范大学新闻传播学院院长张洪忠在论坛致辞中表示,北师大新闻传播学院近年来一直秉持“学科交叉化”“学术研究国际化”“应用智库化”这“三化”的建设思路,贯彻“三化”要求,学院十分关注大模型在新闻出版行业的应用。从今年2月北师大新闻传播学院组织一场大模型的线上研讨受到业界关注开始,至今已经组织了5场有关AI大模型传播创新的论坛、两次大型工作坊。本次线下论坛聚集产学研用各界大咖,也带来一场思想交汇的盛宴。

“在人工智能快速发展的时代,我们出版人一定要思考出版的定位与未来。”中国新闻出版研究院院长魏玉山在论坛上作题为《理解数字出版的阶段性》的专题报告时,呼吁出版人要有忧患意识。魏玉山认为,数字出版经历了电子出版、网络出版、融合出版、智能出版4个阶段,自2023年开始已经迈入智能出版阶段。他说:“2023年之前,人们考虑‘人工智能可以帮助出版人做什么’,但是2023年,在AI大模型出现以后,我们要考虑的是出版业还能干什么的问题,或者是出版业生存的价值在在哪里的问题。”

魏玉山解释说,这是因为从现在的信息来看,人工智能,特别是AIGC(生成式人工智能)非常强大,它可以创作文字、音乐、视频、图像等,也可以创作出版产品。“比如说,人们可以通过AIGC学习知识,那还有没有必要去买百科全书、词典?人工智能可以进行有效的点对点的教育辅导,会不会影响教辅书的销售?以此类推,人工智能可以生成很多知识产品,这些知识产品是网络在线的、个性化的,和图书的功能有相当一部分是一致的。AI大模型来了,我们要考虑出版人的价值在哪里,要考虑我们在人工智能新时代还能为什么读者提供什么样的服务。”

明方向 积极拥抱新技术解决新问题

从出版业的发展历程看,每次出版业大的变革,都离不开技术的创新。与会专家学者认为,当AIGC这样颠覆性的技术出现时,出版业要谨慎乐观,不要过分悲观。出版人既要积极拥抱新技术,也要密切关注其发展,把它用好,让其在人类伦理范围内更好地造福人类。腾讯研究院高级顾问冯宏声在作专题报告时从正反两方面分析了AIGC对出版业的影响。一方面,AIGC会给出出版业带来正面影响,主要是对流程的影响。在信息采集方面,AIGC可以实现快速高效的数据遍历;在内容创作方面,可以支持智能化创作方式升级;在内容生产方面,可以促进协同生产、互动生产、可视化生产;在内容传播方面,可以加强与生产、消费的实时互动;在内容消费方面,可以创新高度匹配、个性化消费模式。

另一方面,AIGC也有负面影响和风险。冯宏声举例说,比如文化污染,当提问知识范围超出程序的数据库或提问语义范围超出其识别能力时,AIGC程序仅依据表层字词对应关系抓取知识并进行重组,产生错误答案;比如认知窄化,过度依赖AI会导致接触的文化产品趋同化,限制个人意愿和多样性体验;比如就业冲击,AIGC将替代常规性可重复工作岗位,但也将创造新的就业机会;比如法律伦理,包括虚假欺诈、版权困境和伦理困境等。“技术不管怎么发展,其作为工具的性质始终没有改变。”中国新闻出版传媒集团董事长马国合提出这样的观点。他分析,人工智能在国内新闻界应用广泛,特别是在体育报道和财经报道领域,用机器人写稿相对普遍。但同时也要看到,国外

新闻媒体在运用人工智能时发生了假新闻、洗稿、侵犯版权等各种问题。因此,先进的科技怎么在行业应用,是我们面临的问题。“比如,我们要考虑这些问题:机器有没有文化反思能力?有没有辨别信息真假能力?有没有价值引领能力?我理解是没有的。我们一方面要不断运用新技术来推动行业的发展,另一方面也要解决新技术带来的问题。”中国出版协会副理事长兼秘书长王利明说:“每一次技术创新都会给出版业带来变革,AI大模型让我们感受到了危机,但我们不必恐慌,因为出版的内涵、出版的灵魂才是行业发展的关键。传统文化是我们立足的根基,人工智能提供的知识再丰富,也还需要正确的价值观的引导,而这正是传统出版业的优势所在。”

慎选择 深入研究分类实施丰富算法

“出版人既要把大模型作为一种工具,又要把它作为一种补充,要利用大模型创造充满创新性的成果,为出版产业发展提供助力。”中国作家协会全委会委员路英勇表示,AI大模型推动出版业进入新时代,它为出版业的选题策划、编辑加工、宣传营销各个环节提供了新的工具。在实践中,出版人要把大模型技术跟自身资源结合起来,在编辑人才的培养方面要有前瞻性的眼光,在出版管理方面尤其是版权管理、导向管理等方面要有新举措。中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然表示,不断更新的人工智

能技术毫无疑问将会从根本上改变我们出版行业,将会使出版内容的生成更为高效,内容发布更为自动化和个性化等等。但同时,人工智能技术也会给出版业带来著作权、科技与学术伦理、文化安全等方面的新问题。因此,在人工智能技术的应用过程中,我们需要认真考虑政府的监管、社会的治理、法律的边界和企业的发展等方面的问题。具体来说,出版业应该怎么应用大模型?韬奋基金会副秘书长刘国辉建议出版社深入研究、谨慎选择、务实推进。他说:“出版社在拥抱大模型时,要分类实施,对于以知识、工具、辞书为内容的百

科类出版社必须热烈拥抱,要做的是尽快把水变成纯净水,把草料做成精饲料;对于文艺类出版社,必须要节制,要沿着自己一直遵循的路径去走,让ChatGPT永远关注我们的内容,好收入它的数据,丰富它的算法。”北京中启智源数字信息技术有限公司副总经理李钢则认为,随着技术的不断发展和应用的深入,AI在出版业中的应用将会越来越广泛。他举例说,AI技术可以应用在选题策划、重点图书出版、教育图书出版以及公共阅读等领域,为企业和读者带来更加便捷、高效、个性化的应用体验。

有成效 部分大模型已在出版业应用

除了在理论层面探讨AIGC对出版发行业的影响,与会专家也介绍生成式人工智能大模型在出版业的应用实践。今年8月31日,首批通过《生成式人工智能服务管理暂行办法》备案的8家大模型文心一言、百川智能、智谱清言等宣布向社会开放服务。其中智谱清言由北京智谱华章科技有限公司打造。来自该公司的清华智谱AI解决方案架构师韩广东在专题报告中介绍了相关情况。据韩广东介绍,智谱AI由清华大学计算机系的技术成果转化而来,致力于打造新一代认知智能通用模型。模型自2022年8月发布以来,收到70个国家、1000个研究机构的使用需求。首款生成式AI助手智谱清言就是基

于智谱AI自主研发的中英双语对话模型ChatGLM2。目前,智谱AI已在媒体、出版、科技情报、法律、医疗等领域落地。记者登录智谱清言时发现,对新闻记者来说,它有媒体选题、采访提纲、采访邀约、新闻专访、新闻报道、标题生成、新闻评论、新闻稿件修订、新闻直播等多种模块可以使用。对于出版编辑来说,它有文稿校对、封面设计、书籍解读、书籍推荐等模块可以使用。如论坛主持人、北京师范大学新闻传播学院党委书记方增泉的评价,对新闻出版从业者来说,智谱清言这个大模型应用更开放、更普惠(面向C端免费)、更专业。未来,如何推动出版业大模型应用的

健康发展?论坛发起成立“出版、发行大模型应用合作联盟”,产学研用协同推进发展。北京师范大学新闻传播学院媒介融合与数字出版中心主任、国家新闻出版署出版业科技与标准重点实验室出版业用户行为大数据分析与应用重点实验室主任秦艳华表示,联盟将针对目前人工智能领域大模型普遍存在的数据不规范、技术难度大、成本高昂、缺乏训练语料等问题开展积极探索和深入研究,共享资源和智慧,发挥各自优势特长、联合攻坚克难,致力推动出版行业创新发展。联盟将通过搭建平台、促进合作、加强培训、提供支持和推动创新等举措,推动大模型在出版发行业的应用。

《出版业人工智能大语言模型应用研究报告》显示:

大模型赋能行业发展

□本报记者 左志红 张雪娇

10月18日,在“出版、发行与大模型应用高端论坛”上,北京师范大学新闻传播学院媒介融合与数字出版中心主任、国家新闻出版署出版业科技与标准重点实验室出版业用户行为大数据分析与应用重点实验室主任秦艳华发布了《出版业人工智能大语言模型应用研究报告》。《报告》以人工智能大语言模型应用于出版业的实践为基础,以此展开对国内外的应用现状、呈现问题、解决对策及发展趋势4个方面的分析,以期为我国出版业的发展提供助力。

应用现状

《报告》指出,ChatGPT大语言模型2022年问世后,推动了大语言模型的发展。我国研究机构、企业也研发了多种人工智能大语言模型。截至2023年9月26日,据不完全统计,国内168个单位研发出182个人工智能大语言模型。尽管数量较多,但和国外的ChatGPT相比,仍然缺乏一个断层式领先、被业界公认的人工智能大语言模型。

国内出版业对人工智能大语言模型的应用,整体呈慎重而乐观的态度。国内出版业还未将大语言模型完全应用于图书出版全流程,但在部分出版环节,比如编辑校对、文献翻译、有声制作、阅读推荐等方面已有大语言模型应用的探索和实践,多家出版机构已与大语言模型的技术支持方展开了深度合作。

2023年2月,人民交通出版社宣布将接入百度文心一言,成为首批合作伙伴之一。3月,华龄出版社出版了由人工智能大语言模型生成的图书《ChatGPT:AI革命》。7月,世界人工智能大会现场,蜜度发布蜜度文修大语言模型,90秒校对20万字,助力中文内容校对提质增效。果麦文化以1500万元增资量图比特,并签订AI文字校对软件开发合作协议。9月21日,“阅闻AI内容服务平台”正式上线,并启动内测版阅AI内容服务平台,依托智谱AI自主研发的GLM-130B大模型为技术支持,以及中国新闻出版研究院权威的基础研究数据,该平台具有内容生产、在线编审、逻辑判断、文章润色的功能。

相对而言,国外人工智能大语言模型在数字出版领域有较多应用。亚马逊在2023年年初就开始了上架ChatGPT大语言模型编撰的各类书籍,并专门开辟了ChatGPT大语言模型为作者的书籍专栏。截至2023年10月13日,在亚马逊官网以“高级检索”方式,检索署名作者为“ChatGPT”的书籍,已有1024本,并有以“AI”为作者署名的书籍在发售,具体销量有待进一步评估。人工智能作为作者的书籍在国外已经被大量出版。目前,在国外,大语言模型在选题策划、文本创作、插图设计、编辑校对、有声阅读制

作等工作中发挥了一定作用。例如,在选题策划方面,大语言模型通过持续性对话,激发作者灵感,或提供选题参考给作者选择,进而协助图书创作。在文本创作方面,ChatGPT作为作者创作的书籍主要有自我描摹类的工具书、故事小说及基础教材等。在编辑、校对方面,可协助编辑进行文字编辑、语句修改、文献检索、查重、翻译等工作。在插图设计方面,大语言模型参与设计图书封面与插图,根据内容进行具象化的形象设计。在有声阅读制作方面,基于人工智能的大语言模型技术在有声阅读市场具有较大的发展前景与开发空间,如微软研发的AI语音工具VALLE,可以模仿人类说话,并带有情绪地进行语音输出。

问题与对策

在总结国内外出版业应用大语言模型的基础上,《报告》还归纳了目前ChatGPT大语言模型在应用实践中呈现出的诸多问题。一是版权纠纷难处理,作品认可度低。二是图文内容不符,创作质量欠佳。三是存在隐形过滤,潜藏错误导向。四是劣币驱逐良币,艺术创作存隐忧。五是数据信息被窃取,信息安全难保障。六是人机关系颠覆,警惕异化风险。

针对以上问题,《报告》提出了针对性的解决措施与建议。一是完善管理制度,加强版权意识。二是大语言模型再升级,建立校对审核。三是打通云端共享渠道,推动出版落地。四是构建把关机制,提高原创积极性。五是设置风险防范规则,完善数据保护机制。六是共创素养提升体系,构建良好人机关系。《报告》还进一步指出未来出版业应用人工智能大语言模型的发展趋势。第一,通用大模型有望与各行业深度融合,增强专用性,出现专用出版行业的大模型。第二,大语言模型成本开销和存储空间有望实现轻量化。第三,大语言模型的可解释性与可控性未来将有望实现长足的发展。目前,大语言模型缺乏一定的透明度。并且,大语言模型存在非真实性和偏见性输出。研究人员已经从技术的角度提出提高大语言模型可解释性和可控性的方法,未来将进一步深入发展。第四,互联网巨头权力中心化。大语言模型具有天然的“自然垄断倾向”。第五,形成复杂的人机关系。基于大语言模型生成的广义上的人工智能技术,使得机器的主体性越来越强,机器能够通过自我学习实现自我不断进化,由此带来了多样复杂的新人机关系。第六,政产学研协同合作。政产学研协同合作将成为未来技术创新的组织模式,出版业人工智能大语言模型在实践中应用所产生的问题也需要回到政产学研多方主体协同合作中不断解决。